



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
CONTABILIDAD**

TESIS

**IMPLEMENTAR UN PLAN DE CAPACITACIONES,
PARA CREAR CAPACIDADES EN GESTION
TRIBUTARIA A LOS MICRO EMPRESARIO DEL
SECTOR “COMERCIANTES UNIDOS – CENTRO
COMERCIAL BAGUA GRANDE”**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE
CONTADOR PUBLICO**

Autores:

Bach. Díaz Flores Jholmer Homero

Bach. Guerrero Peña Wilson Estanin

Asesor:

Mg. Sánchez Chero Luis Alberto

Línea de Investigación:

Tributación

Pimentel – Perú

2018

**IMPLEMENTAR UN PLAN DE CAPACITACIONES, PARA
CREAR CAPACIDADES EN GESTION TRIBUTARIA A LOS
MICRO EMPRESARIO DEL SECTOR “COMERCIANTES
UNIDOS – CENTRO COMERCIAL BAGUA GRANDE**

Aprobación de la Tesis

Mg. Sanchez Chero Luis Alberto
Asesor Metodológico

Grado académico. Apellidos y nombres
Presidente del jurado de tesis

Grado académico. Apellidos y nombres
Secretaria de Jurado de tesis

Grado académico. Apellidos y nombres
Vocal del Jurado de tesis

DEDICATORIA

A Dios. Por permitirnos llegar a este momento tan especial de nuestras vidas por los triunfos y momentos difíciles que me han enseñado a valorarlo cada día más; quien nos dio la fortaleza para continuar cuando a punto de caer hemos estado.

A nuestros padres. Que quienes nos acompañaron a lo largo de nuestra vida y han velado por nuestro bienestar y siendo nuestro apoyo en todo momento, y hacernos hombres de bien. Y gracias a ellos somos lo que somos y los amaremos por el resto de nuestras vidas

Finalmente a los maestros. Aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, por la sabiduría que nos transmitieron y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis.

Díaz Flores. Jholmer Homero

Guerrero Peña. Wilson Estanin

AGRADECIMIENTO

En primer lugar queremos agradecer a ti Dios todo poderoso, por darnos la oportunidad de vivir y habernos dado salud, por bendecirnos y estar con nosotros en cada paso que damos en el transcurso de los días, de darnos fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de esta etapa de nuestra vida, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber permitido llegar hasta este punto logrando así nuestros objetivos, además de tu infinita bondad y amor.

A nuestros padres por ser el pilar fundamental en todo lo que somos, por creer en nosotros y enseñarnos a no fallecer y rendirnos ante nada y sobre todo por su apoyo incondicional, sus consejos y por su motivación constante para poder salir adelante; y a cada uno de los que son parte de nuestras familias, por habernos dado el apoyo moral y mostrándonos su preocupación hacia nosotros que han sido parte de nuestro soporte y compañía durante todo el periodo de nuestros estudios.

A nuestro Asesor por su esfuerzo y dedicación, quien con sus conocimientos, experiencia, su paciencia, y por su valiosa Guía en la elaboración de esta tesis.

Quisiéramos hacer extensiva nuestra gratitud a nuestros amigos y compañeros de estudio por su amistad y colaboración.

Díaz Flores. Jholmer Homero

Guerrero Peña. Wilson Estanin

ÍNDICE

Pág.

DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
RESUMEN	vii
ABSTRACT	viii
INTRODUCCION	ix
CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	11
1.1. Situación problemática.	11
A Nivel Internacional	11
A Nivel Nacional	12
A Nivel Local	13
1.2. Formulación del problema.	13
1.3. Delimitación de la Investigación	13
1.4. Justificación e Importancia de la Investigación	14
1.4.1. Justificación Científica	14
1.4.2. Justificación Práctica	14
1.4.3. Justificación Metodológica	14
1.4.4. Importancia	14
1.5. Limitaciones de la Investigación	15
1.6. Objetivos	15
1.6.1. General	15
1.6.2. Específicos	15
CAPITULO II MARCO TEORICO	17
2.1. Antecedentes de Estudio.	17
2.2. Base teóricas Científicas	22
2.3. Definición de la terminología	30
CAPITULO III. MARCO METODOLOGICO	33
3.1. Tipo y Diseño de Investigación	33
3.1.1. Tipo de Investigación	33
3.1.2. Diseño de Investigación	33
3.2. Población y Muestra	34
3.2.1. Población:	34
3.2.2. Muestra:	34
3.3. Hipótesis	35

3.4.	Variables.....	35
3.5.	Operacionalización:	36
3.6.	Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	37
3.6.1.	Métodos de Investigación.....	37
3.6.2.	Técnicas de recolección de datos	38
3.6.3.	Instrumentos de recolección de datos.....	38
3.7.	Procedimiento para la recolección de datos.....	39
3.8.	Análisis Estadístico e Interpretación de los datos	40
3.9.	Principios éticos	40
3.10.	Criterios de rigor científico	41
CAPITULO IV. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		43
4.1	Análisis e Interpretación de Resultados.....	43
4.2	Discusión de Resultados.	67
CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES		71
5.1	Conclusiones	71
5.2	Recomendaciones	72
VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS		74
ANEXOS.....		77
ENCUESTA DE INVESTIGACION		77

RESUMEN

La presente investigación titulada “Implementar un plan de capacitaciones, para crear capacidades en gestión tributaria a los Microempresario del Sector “Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”, es un trabajo científico que se encuentra respaldado por la Teoría de la Disuasión, teoría de la Influencia Social, y la Teoría de la rentabilidad y la Teoría de la Jerarquía de las Necesidades Humanas.

El Objetivo de la investigación fue: “Mejorar los conocimientos de gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”, la misma que se logró implementar en coordinación con los Microempresarios, la misma que se fundamento con investigaciones previas, artículos científicos, análisis documental, libros y aplicación de encuesta a los microempresarios del sector comerciantes unidos.

El tipo de estudio utilizado es descriptivo, de diseño no experimental, transversal descriptivo.

En los Resultados de la presente investigación se ha llegado a determinar que los microempresarios materia de la presente investigación carecen de conocimientos en gestión tributaria.

Dentro de las conclusiones más importantes se estableció que del resultado de la evaluación de los objetivos estratégicos se realizó el planteamiento de un plan de capacitación en gestión tributaria diseñada a la medida de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos de Bagua Grande, la misma que se implementó en tres talleres de manera positiva, permitiendo con eso fortalecer los conocimientos de los microempresarios en la gestión de sus negocios.

Palabras Claves

Plan de capacitación, Micro Empresario, Gestión Tributaria, Taller.

ABSTRACT

The present research entitled "Implement a training plan to create capacities in tax management for Microentrepreneurs of the" Comerciantes Unidos - Bagua Grande Shopping Center "sector, is a scientific work that is backed by the Theory of Deterrence, the theory of Social Influence, and the Theory of profitability and the Theory of the Hierarchy of Human Needs.

The objective of the research was: "Improve the knowledge of tax management of microentrepreneurs of the United Trade Sector - Bagua Grande Shopping Center", the same one that was implemented in coordination with Microentrepreneurs, the same one that was based on previous research, articles scientists, documentary analysis, books and survey application to microentrepreneurs of the merchants sector united.

The type of study used is descriptive, non-experimental, cross-descriptive design.

In the Results of the present investigation, it has been determined that the microentrepreneurs of the present investigation lack knowledge in tax management.

Among the most important conclusions, it was established that the evaluation of the strategic objectives resulted in the design of a tax management training plan tailored to the Microentrepreneurs of the United Trade Sector of Bagua Grande, which was implemented in three workshops in a positive way, thereby allowing to strengthen the knowledge of micro-entrepreneurs in the management of their businesses.

Keywords

Training plan, Micro Entrepreneur, Tax Management, Workshop.

INTRODUCCION

La presente investigación, ha sido enfocada en para Implementar un plan de capacitaciones, para crear capacidades en gestión tributaria a los Microempresario del Sector “Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

Durante la investigación al realizar análisis a los resultados las encuestas, se llegó a determinar que los microempresarios tienen bajos conocimientos en gestión tributaria, implementándose un plan de capacitación para mejorar sus conocimientos, recomendándose su implementación en otras asociaciones.

El presente trabajo de investigación se ha estructurado de la siguiente manera:

Capítulo I. Problema de Investigación: se desarrolla la realidad problemática, formulación del problema, delimitación de la investigación, justificación e importancia, límites y objetivos de la investigación.

Capítulo II. Marco Teórico: contempla temas como Antecedentes de estudio, Teorías que sustentan la investigación y las Bases Teóricas Científicas.

Capítulo III. Marco Metodológico: Abarca el Tipo de Investigación, Diseño de Investigación, Población y la Muestra, los Métodos, Técnicas e Instrumentos de Recolección de Datos, así como las Técnicas de Procesamiento de los Datos.

Capítulo IV. Análisis e interpretación de Resultados; donde se desarrollan los resultados investigados.

Finalmente presentamos la Discusión, las Recomendaciones, las Conclusiones, las Referencias Bibliografías y los respectivos Anexos.

CAPÍTULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

CAPITULO I. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Situación problemática.

A Nivel Internacional

(Bowles, 2014). Bolivia; La mayor parte de la ciudadanía boliviana incumple de alguna manera y en diverso grado con sus obligaciones tributarias, resulta sensato y oportuno destacar esta iniciativa dirigida a fomentar una cultura tributaria que hace mucha falta para recaudar recursos para obras públicas. Desde esta perspectiva, resulta una cruel paradoja que unos pocos paguen para que muchos que no pagan sean beneficiados. Lo interesante del asunto es que pagan impuestos los que se apegan a la legalidad y a la actividad económica formal, mientras que la inmensa mayoría desarrolla actividades informales e ilegales.

Los sistemas tributarios inadecuados, la evasión y la elusión de impuestos, cuestan a América Latina miles de millones de dólares en ingresos tributarios perdidos, cantidades que podrían y deberían invertirse en luchar contra la pobreza y la desigualdad. El incremento de los ingresos por impuestos es clave para la inversión gubernamental, como el acceso a bienes públicos de calidad, en educación, salud, transporte, infraestructura y otros. Los comerciantes informales debido a su desconocimiento en gestión administrativa no planifican el pago de tributos perjudicando sobremanera al estado, aun cuando el Servicio de Rentas Internas creó dos regímenes un general y otro simplificado para facilitar el pago por parte las personas naturales y la recaudación efectiva de los impuestos (Chalen, 2017, p.p. 2, 3).

(Aquino, 2013). El pago de impuestos es una necesidad para el desarrollo económico y social del país, de la que todos los Dominicanos deben estar conscientes; en tal sentido, la Administración Tributaria tiene la

responsabilidad no solo de recaudar los impuestos, sino también de educar a la población sobre esa necesidad y las obligaciones que de ella se derivan, con el fin de crear una cultura de cumplimiento tributario en la ciudadanía. La vida en sociedad exige a las personas el ejercicio de deberes y obligaciones establecidas por la moral y las reglas de convivencia en un determinado grupo social, las cuales debemos cumplir en determinadas situaciones y actuaciones (p. 5).

“El comerciante informal labora más allá de la regulación, evitando costos pero al mismo tiempo pierde la oportunidad de incorporarse plenamente al proceso de formalización de su actividad comercial” (Rivera & Silvera, 2012, p. 4).

A Nivel Nacional

Pontificia Universidad Católica del Perú, (2014). Propone el desarrollo de un programa de capacitaciones que permita el intercambio de conocimientos prácticos de gestión empresarial entre profesionales y comerciantes emprendedores, en búsqueda de un aprendizaje mutuo; con el objetivo de empoderar a los y las participantes, otorgándoles herramientas y conocimientos que buscarán generar un bienestar no solo comercial, sino también familiar y social, convirtiéndolos en ejemplo de progreso y cambio. Estas capacitaciones están enfocadas en grupos de comerciantes de mercados de diferentes zonas emergentes de Lima y del Perú. Esta experiencia en específico se desarrollará, con el apoyo de la organización “Acción emprendedora”, con los comerciantes del mercado Santa Rosa de los Sauces, Urb. Los Jardines de San Vicente en San Juan de Lurigancho.

La economía informal es un fenómeno complicado que existe en todas las economías y que obstaculiza el desarrollo de los países. Los gobiernos tienen entre sus prioridades la disminución de este problema. Para ello, deban estudiar las complejas relaciones existentes que se producen en la economía informal antes de tomar decisiones políticas, más aún si las

actuales no están produciendo resultados. Entre los aspectos de la política económica que deberían revisarse y discutirse son 3 los relacionados a las reformas laborales y tributarias, así como la eliminación de las barreras administrativas que limitan la formalización (Villanueva, 2013, p.p. 3 - 4).

Estos negocios no nacen como resultado de la falta de empleos remunerados en el sector formal, sino que más bien, es la mejor opción de todo individuo emprendedor sin mayor capital que sus habilidades y aptitudes. En este entorno, ser negocio pequeño se presenta como temporal, debido a que este tipo de negocio tenderá a crecer y en esa medida, podrá cubrir los costes de ser formal y acceder así, a los beneficios que otorga la formalidad como es el caso del financiamiento bancario y del apoyo gubernamental en materia de promoción económica y paquetes fiscales.

A Nivel Local

Tal como ha sucedido a nivel internacional y nacional, con similares características el Sector Informal Urbano ha ido surgiendo también en la ciudad de Bagua Grande, como es el caso de los comerciantes del “centro comercial Bagua grande sector comerciantes unidos”, se vive la informalidad por parte de los comerciantes textiles; que influye en la poca recaudación de tributos perjudicando al estado. Esto se da por la falta de conciencia y desconocimiento en gestión tributaria en la formalidad para poder tributar.

1.2. Formulación del problema.

¿Qué efectos tendrá el plan de capacitación en gestión tributaria a los Micro Empresario del Sector “Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande?

1.3. Delimitación de la Investigación

La presente investigación se desarrolló con los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

1.4. Justificación e Importancia de la Investigación

1.4.1. Justificación Científica

Esta es una investigación que se sustenta en la tributación y la formalización, se estudiaron aspectos teóricos relevantes para fundamentar el presente trabajo, el mismo que orientara a la formalización del microempresario del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

1.4.2. Justificación Práctica

Esta investigación está centrada en los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande, donde se desarrollara el presente estudio de conocimiento, evaluación y aplicación de investigación previas, mediante la aplicación de encuesta.

1.4.3. Justificación Metodológica

Por que en la investigación hemos hecho uso del metodo cientifico, instrumentos y mecanismos de desarrrrollo relacionados con las variables de investigación. Hemos realizado una propuesta de acuerdo con las acciones de la investigación, la misma que se determino mediante la aplicación de encuestas.

1.4.4. Importancia

La presente investigación es importante para todo tipo de negocio por el aporte del plan de capacitaciones que hemos determinado, el mismo que puede ser aplicado a cualquier microempresario con el fin de empoderarlos con conocimientos de gestión tributaria para que se formalicen y gocen de los diferentes beneficios relacionados.

1.5. Limitaciones de la Investigación

Las limitaciones que tenemos en este tipo de investigación es la escasa información teórica de la zona, pues no existen bibliotecas especializados donde podamos realizar análisis documental apropiado, el acceso a Internet es limitado, pues el nivel de navegación es muy lento no pudiendo acceder con normalidad a las páginas web que tienen información referente a nuestra investigación.

1.6. Objetivos

1.6.1. General

Mejorar los conocimientos de gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

1.6.2. Específicos

1. Identificar el grado de conocimientos en gestión tributaria que tienen los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.
2. Determinar estrategias para mejorar la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande
3. Implementar el plan de capacitación para mejorar la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

CAPÍTULO II

MARCO TEORICO

CAPITULO II MARCO TEORICO

2.1. Antecedentes de Estudio.

A nivel Internacional

En el trabajo de investigación realizado por (Nieves, 2013); año 2013; Quito– Ecuador; titulada “Diseño de una propuesta de plan de capacitación que contribuya al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias”; cuyo Objetivo General es: Analizar el impacto de los programas de capacitación que se imparten a los contribuyentes y proponer un plan de mejora a los mismos tendientes a fomentar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes orientado al cierre de brechas tributarias. El tipo de Investigación es descriptiva, con el método de análisis – síntesis deductiva; donde concluye que El diseño de un Plan Nacional de Capacitación al Ciudadano requiere de una planificación previa que permita identificar las condiciones externas e internas que pudieran incidir en el cumplimiento de los objetivos planteados. Otra conclusión es que: En el análisis, es importante indicar que el plan de capacitación debe nutrirse de la información de otros departamentos, principalmente el de Control Tributario del SRI, ya que de las brechas identificadas por este departamento se pueden diseñar y dirigir las capacitaciones hacia aquellos contribuyentes que se encuentren en las primeras escalas de la pirámide de cumplimiento, optimizando los recursos y evitando capacitar a los contribuyentes cuyo comportamiento no se verá modificado a través de una capacitación. Recomendando: Diseñar procesos más eficientes para capturar la información del contribuyente y potencial candidato a recibir la capacitación. Actualmente los procesos de inscripción y actualización de datos no se encuentran a la par con el dinamismo existente, razón por la cual resulta necesario apalancarse con la tecnología a través del uso del Internet para procesos de inscripción y actualización tal como lo hacen otras Administraciones Tributarias.

Para Chicas (2011); año 2011; Guatemala; en su tesis titulada: “Propuesta Para Crear una Unidad Movil de Capacitación Como Herramienta Para el Fortalecimiento de la Cultura Tributaria en Guatemala”; tiene como Objetivo General de esta investigacion es contribuir al fortalecimiento de la cultura tributaria a través de la propuesta de soluciones viables que permitan llevar el mensaje tributario a la mayoría de la población guatemalteca. El tipo de investigacion tuvo un enfoque cuantitativo, no experimental, transversal de tipo descriptivo; obteniendo como conclusion que La mínima capacidad instalada para impartir educación y los problemas de acceso a los centros de capacitación regionales, entre otras causas, hacen que la cultura tributaria sea casi nula en la mayoría de la población, principalmente en las áreas rurales. En otra conclusion tambien nos dice que es de vital importancia continuar con estrategias de capacitación e información para incidir de manera positiva en la conformación de una cultura tributaria que señale la evasión como práctica nociva y que valore positivamente el cumplimiento tributario. Recomendando: Con el fin de desarrollar una mayor cantidad y diversidad de recurso humano, se deben buscar y desarrollar nuevas estrategias de abordaje de capacitación no formal y una variedad de metodologías, pedagógicas y andragógicas, orientadas al proceso de socialización de la cultura tributaria. (Chicas, 2011).

Para (Mora, 2016); año 2016; Guayaquil- Ecuador; en su tesis titulada: “Plan de capacitación para la gestión fiscal en la parroquia 9 de octubre a los comerciantes informales”; tiene como Objetivo General: Mejorar la gestión fiscal de los comerciantes informales de la parroquia 9 de octubre, de la ciudad de Guayaquil. El tipo de investigacion es descriptiva; obteniendo como conclusion que La capacitación es importante para ir cultivando una mejor cultura tributaria; ya que por medio de esto se puede dar a conocer los beneficios del RISE; y a su vez que el pago de sus cuotas sea acorde al tipo de negocio. Ha sido necesario informar a los

comerciantes informales que el IVA y del Impuesto a la renta pueden ser reemplazados por el RISE pagando una cuota fija mensual que dependerá de las actividades y de los ingresos de cada contribuyente; se pudo aportar a muchos de los comerciantes informales. Recomendando: El estado y el servicio de rentas internas, debe hacer énfasis en seguir mejorando la cultura tributaria y motivar el cumplimiento tributario en los contribuyentes; esto beneficiará no sólo a los mismos ciudadanos, sino al presupuesto general del estado, al poder recaudar más impuestos y por tanto el equilibrio monetario del país, recordemos que la caída abrupta del petróleo es un aviso al desequilibrio financiero de un futuro no muy lejano.

A nivel Nacional

Según Robles (2016); año 2016; Trujillo – Peru; en su tesis denominada “Los Factores Determinantes De La Evasión Tributaria En Las Microempresas Del Sector Comercio De La Ciudad De Chimbote”; cuyo Objetivo General es Analizar los factores determinantes de la evasión tributaria en las microempresas del sector comercio de la ciudad de Chimbote. El tipo de investigación empleado es el Analítico – Descriptivo; donde concluye que La falta de conciencia tributaria es un factor determinante de la evasión tributaria, que se observa cuando la mayoría de microempresarios de la ciudad de Chimbote no pagan sus impuestos de manera voluntaria intentando frecuentemente pagar el menor tributo posible, porque piensan que existe un bajo riesgo de ser detectado por la administración tributaria y esto se degrada aún más al tener una percepción negativa del Estado, cuando se ven envueltos en actos de corrupción. Practican estas acciones con el objetivo de poder competir frente a otros negocios y así poder generar mayor rentabilidad; Así mismo recomienda que el Estado y la SUNAT deberían incrementar su rol de educador en el tema tributos, se deberían profundizar las medidas tendientes a informar a la ciudadanía sobre los efectos positivos del pago

de los tributos y la nocividad que produce la omisión del ingreso de los mismos (Robles, 2016).

Campos (2015); año 2015; Trujillo – Peru; Realizo una investigacion titulada “La cultura tributaria y la formalización tributaria de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, Rio Seco – 2015”; teniendo como Objetivo General en su Investigacion Determinar la relación entre la cultura tributaria y la formalización tributaria de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, Rio Seco – 2015. La Metodologia que utilizo es correlacional – transversal con diseño no experimental; se concluyo que se ha propuesto a los micro y pequeños empresarios formalizar tributariamente su emprendimiento del sector calzado en el distrito El Porvenir, Rio Seco a través de una campaña informativa, cuyo fin es dar a conocer los pasos de la formalización, las formas de constitución, los regímenes tributarios y los beneficios que se obtiene al ser una MYPE formal tributariamente. Recomendando: Seguir con la propuesta mencionada, para que haya más emprendimientos formales tributariamente al estar más informados sobre los beneficios que trae consigo la formalización tributaria de las empresas (Campos, 2016).

(Tavara, 2014); año 2014; Piura – Peru; Realizo una investigacion titulada “Propuesta de un Programa de Incentivos Tributarios para la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas Comerciales de los Mercados del Distrito de Piura Año 2012”; teniendo como Objetivo General: Proponer un programa de incentivos tributarios, que le permita a las MYPES del sector comercio, de los mercados del distrito de Piura, acceder a la formalización. El tipo de investigacion es aplicada y proyectiva, con diseño no experimental. Donde concluye que: Se deben brindar mayores beneficios tributarios a las microempresas, puesto que en la realidad se conoce que la mayoría de evasores tributarios son las micro y pequeñas

empresas, en algunos casos no les conviene declarar todos sus ingresos, para no perder el beneficio; puesto que la tributación aumentaría; este es uno de los casos que debería ser tomado en cuenta para lograr la formalización integral a nivel micro y pequeña empresa. Otra conclusión es: El comercio en la ciudad de Piura, tanto en sus sectores populares y urbanos, muestran que no es que los microempresarios no puedan formalizarse, sino, que no quieren hacerlo porque no les conviene, consideran que los costos de la formalidad les reduce sus ingresos, debido a que sus bajas productividades no pueden competir con los sectores formales que tienen por lo general, economías con escalas de los cuales no se benefician los sectores de bajos ingresos, en este sentido la informalidad resulta ser una protección antes que una traba. Recomendando: que la administración tributaria realice campañas de orientación ya que los microempresarios no se encuentran informados de los incentivos tributarios que se ofrecen como la reducción de costos que se hacen al realizar trámites.

A nivel Local

La presente investigación se ha centrado en medir el nivel de conocimientos en gestión tributaria que tienen los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos - Bagua Grande, el cual nos llevara a proponer un plan de capacitación con el único fin de mejorar la gestión tributaria que les permita elegir el régimen tributario más apropiado para su negocio, permitiéndoles con esto acceder a mejores beneficios comerciales como por ejemplo los créditos en los bancos, los mismos que los van a permitir su crecimiento al tener mayor capital de trabajo para poder salir adelante.

2.2. Base teóricas Científicas

I. Teorías que sustentan la Investigación.

1) Teoría de la Disuasión

De acuerdo a la teoría de disuasión desarrollada por Allingham y Sadmo (1972) “el pago de impuesto es resultado de una decisión económica racional: los individuos estarán dispuestos a pagar en tanto perciban que el beneficio de evasión sea inferior al costo probable de penalización que tuviera que incurrir en caso de ser descubierto” (Bravo, 2012).

1) Teoría de la influencia social

La teoría de la influencia social propone que el comportamiento humano se ve afectado por la sociedad en que se desenvuelven los individuos. Asch (1958) señala que la necesidad de aprobación social es de tal magnitud que los individuos aceptan las opiniones mayoritarias y ceden sus propias opiniones, inclusive siendo conscientes de que pueden ser equivocadas, con el único fin de pertenecer a un grupo y no ser rechazados socialmente. La influencia social puede ser informativa y normativa. La primera ocurre cuando los individuos sienten la necesidad de estar informados y la segunda cuando los individuos modifican su comportamiento adaptándolo a las expectativas de los otros con la finalidad de ser aceptados por ellos. (Timaná & Pazo, 2014)

2) Teoría de la Jerarquía de las Necesidades Humanas

Esta teoría, denominada como la jerarquía de las necesidades humanas, (Maslow, 1943). Señala que, hasta el momento en que se satisfacen las necesidades, algunos motivos son más importantes que

otros y, por tanto, un individuo atenderá las necesidades ubicadas más alto en la pirámide siempre que haya satisfecho las necesidades básicas, ubicadas en la base de la pirámide. Señaló que el ser humano actúa para satisfacer sus necesidades más urgentes, por lo que podría considerarse que un comerciante ambulante al realizar sus ventas estaría satisfaciendo sus necesidades básicas de alimentación, seguridad, sobrevivencia, etc. sin considerar que para realizar comercio debe formalizarse y al existir un número alto, la probabilidad de ser detectado y sancionado por la administración es casi nula (Timaná & Pazo, 2014, p. 17 - 20).

II. Bases Teóricas

1) Plan de Capacitación:

(Siliceo, 2004) citado por (Chalen, 2017). La capacitación es la función educativa de una empresa u organización por la cual se satisfacen necesidades presentes y se prevén necesidades futuras respecto de la preparación y habilidad de los colaboradores.

Aguilar, (2004) citado por Chalen, (2017):

“La capacitación consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador.” En otras palabras es enseñar algo desconocido por el capacitado (p. 16).

Entonces; podemos decir que la capacitación es un proceso a través del cual se obtienen, renuevan y desarrollan conocimientos, habilidades y actitudes para el mejor desempeño de una función o conjunto de ellas.

2) Importancia de la capacitación

Gitman, McDaniel y Mascaró (2007) citado por (Ramírez, 2014), revelaron los microempresarios que reciben capacitación adecuada para usar nuevas tecnologías son más productivos y hacen más rentables sus empresas o negocios. La instrucción y la capacitación proporcionan beneficios adicionales porque aumentan el sentimiento de competencia, Cuando los microempresarios o comerciantes gastan dinero para actualizar los conocimientos y habilidades que estos tienen, se están diciendo: Estoy comprometido con el crecimiento y desarrollo de mi empresa. Afirman que los programas de capacitación tienen el propósito de aumentar los conocimientos, las habilidades y las capacidades de los microempresarios para proporcionar una mejor rentabilidad e ingresos.

Según Lusthaus (2001), la capacitación cumple una importante función porque asegura el buen desempeño la empresa o negocio (Ramírez, 2014, p. 20).

La importancia de la capacitación según Rodríguez (2008) citado por Ramírez (2014), radica en que ésta:

1. Ayuda a la organización: conduce a una mayor rentabilidad y fomenta actitudes hacia el logro de los objetivos organizacionales.

2. Ayuda a las relaciones humanas en el grupo de trabajo: fomenta la cohesión en los grupos de trabajo mediante la mejora de las comunicaciones entre grupos e individuos.

3) Técnicas de capacitación

Hernández y Rodríguez (1994), citado por Ramírez (2014), destacan el método desarrollado por Frederick W. Taylor al cual llamó “**estudio de tiempos y movimientos**”. Este método sirve para medir el desarrollo que tienen los microempresarios al realizar sus labores y al mismo tiempo mantener y elevar un nivel de trabajo en la empresa.

(Salas, 2014); Son muy útiles estos métodos ya que cuando se esté llevando el proceso de la capacitación es necesario definir que método implementar y así saber cuál es el más óptimo; entre estos tenemos:

- a. **Conferencia:** Es una conversación o entrevista entre varias personas para tratar importantes asuntos, políticos, científicos, literarios, etc., o de interés para una comunidad.
- b. **Taller:** Es una situación natural de aprendizaje del cual, las operaciones mentales y la afectividad forman una parte constitutiva. Es un lugar de co-aprendizaje, donde todos sus participantes construyen socialmente conocimientos y valores, desarrollan habilidades y actitudes, a partir de sus propias experiencias.

- c. **Seminario:** Es una reunión especializada que tiene naturaleza técnica y académica cuyo objeto es realizar un estudio profundo de determinadas materias con un tratamiento que requiere una interactividad entre los especialistas. Se considera seminario a las reuniones que presentan estas características siempre que tengan una duración mínima de seis horas y un número mínimo de cincuenta participantes.

1) Gestión Tributaria

La Gestión Tributaria mide el conjunto de acciones en el proceso del mandato público vinculada a los tributos que aplican los gobiernos en su política económica. Los tributos son las prestaciones en dinero que el estado, en su ejercicio de poder, exige con el objeto de tener recursos para el cumplimiento de sus fines (Llanos & Guachichullca, 2012).

La gestión tributaria optima es aquella en la que la política fiscal es estable y su sistema tributario es eficiente (diseñado para nuestra realidad). Si la gestión tributaria es óptima atrae inversión.

2) Importancia de la Gestión Tributaria

Según (Llanos & Guachichullca, 2012), la gestión tributaria es importante porque es el elemento principal de la economía, porque logra generar ingresos y por lo tanto financiar el presupuesto público, es la herramienta más importante de la política fiscal, en él se especifica tanto los recursos destinados a cada programa como su financiamiento.

Incentiva el crecimiento a determinados sectores, por ejemplo otorgando exoneraciones, incentivos, rebajas especiales, etc. Además, ayuda a mantener y crecer la economía en la medida que los indicadores de gestión se hayan llevado en forma eficiente a través de estrategias de control y recaudación para detectar el cumplimiento (p. 36).

3) Determinantes del Cumplimiento Tributario

En el cumplimiento tributario intervienen elementos no asociados a la racionalidad económica, como son: (Mogollón, 2014)

1. La Coerción, se diseña para generar un comportamiento de pago en la persona.
2. La Conciencia Tributaria, es la actitud interna que se forma mediante el proceso de sociabilización del individuo.
3. El grado de información del contribuyente está referido al conocimiento sobre el Sistema Tributario y sus funciones, incluyendo las normas legales y procedimientos que regulan las obligaciones tributarias de los ciudadanos.
4. Acceso a servicios de la Administración Tributaria, está dirigido a facilitar el acto mismo de la prestación o trámite del pago, con la finalidad de reducir los costos y tiempo requeridos para la obtención de información, la preparación de declaraciones, entre otros.

4) Procesos de Orientación, Información y Educación Tributaria a los Contribuyentes

Bravo (2012) dice que entre las obligaciones de la Administración Tributaria, el Artículo 84º del Código Tributario puntualiza que: “La Administración Tributaria proporcionará orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente”.

Por ello, la Administración Tributaria desarrolla procesos importantes para facilitar y promover el cumplimiento tributario: (Bravo, 2012, p. 162 – 163)

1. Atención a los contribuyentes a través de los Centros de Servicios al Contribuyente, la Central de Consultas y el Portal Virtual.
2. Desarrollo de productos telemáticos y medios informáticos para facilitar el cumplimiento y descartar el uso de formularios de papel.
3. Recepción de trámites, declaraciones y pagos a través de Internet.
4. Recepción de declaraciones y de pagos en una amplia red de bancos como el de La Nación y en un sin número de agencias y sucursales de los bancos privados.

En ambos casos el objetivo es ampliar los horarios, los puntos de atención y hasta los días de la semana en que pueden efectuar declaraciones y pagos.

5. A la vez, en los últimos tiempos se ha desarrollado el Programa de Cultura Tributaria que promueve la generación de conciencia y cultura tributaria :
6. Programa de Conciencia Aduanera y Tributaria. Para desarrollar su tarea, la SUNAT debe maximizar su eficiencia y eficacia especialmente preocuparse por la legitimación social de su rol, no solo desde la perspectiva de su tarea recaudatoria y de control, sino también a partir de la interrelación con el universo de contribuyentes y la sociedad en general.

5) Carencia de Conciencia Tributaria

Mogollón (2014) nos dice: Hablar de carencia de una conciencia tributaria, significa que en la sociedad no se ha desarrollado el sentido de cooperación de los individuos con el Estado.

Los factores intervinientes para el deficiente nivel de cumplimiento de las obligaciones tributarias son de diversa naturaleza, pero la falta de conciencia tributaria es uno de ellos y tiene gran importancia, ya que en buena cuenta refleja la relación entre el Contribuyente y el Fisco (Mogollón, 2014).

Por tanto, al profundizar en el análisis de la falta de conciencia tributaria, se puede afirmar que su origen está en: Falta de educación; Falta de solidaridad; Idiosincrasia del pueblo y Falta de claridad del destino de los gastos públicos.

6) Obligaciones Tributarias.

Burga (2014) indica que los contribuyentes deben entender que el cumplimiento de sus obligaciones tributarias los convierte además de ser un deber ciudadano consagrado constitucionalmente, es una real y efectiva inversión en el país. A medida que los ingresos que el Estado percibe por concepto de tributos aumenten, la colectividad podrá obtener mayores beneficios y mejores servicios públicos en aras de obtener una mejor calidad de vida y de lograr la tan deseada y necesaria seguridad social (Burga, 2014).

Según Bravo (2012), nos dice que las obligaciones de los contribuyentes se encuentran establecidas en el Código Tributario. "La obligación tributaria es el vínculo entre el acreedor y el deudor tributario, establecido por ley, que tiene por objeto el cumplimiento de la prestación tributaria, siendo exigible coactivamente" (Código tributario. Artículo 1º).

7) Nacimiento de la Obligación Tributaria.

Yangali (2015) indica; Que la obligación tributaria nace cuando se realiza el hecho previsto en la ley, como generador de dicha obligación. En ese sentido para que exista la obligación tributaria deben concurrir en un mismo momento, la configuración de un hecho, su conexión con un sujeto y su localización y consumación en un momento y lugar determinado (Yangali, 2015, p. 92).

8) Exigibilidad de la Obligación Tributaria.

Yangali (2015) menciona “que de acuerdo al artículo 3° del Código Tributario, la exigibilidad de la obligación tributaria está condicionada a su determinación y así esta haya sido realizada por el deudor tributario o la administración tributaria” (Yangali, 2015, p. 95).

2.3. Definición de la terminología

- 1. La Administración Tributaria:** “Es una Entidad de Derecho Público encargada por ley del desempeño de las funciones relativas a la aplicación y cumplimiento de determinado tributo” (Yangali, 2015, p. 197).
- 2. Comerciante:** Todo individuo que, teniendo capacidad legal para contratar, ejerce por cuenta propia actos de comercio, haciendo de ello su profesión habitual. Toda persona que hace profesión de la compra o venta de mercaderías. El que compra y hace fabricar mercaderías para vender por mayor o menor. Denominase también como negociante. (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 146).

3. **Cumplimientos Tributarios:** “Llevar a cabo la obligación tributaria de acuerdo a las regulaciones tributarias en el momento apropiado” (Marquina, 2014, p. 13).
4. **Educación Tributaria:** Es transmitir ideas, valores y actitudes favorables a la responsabilidad fiscal y contrarios a las conductas defraudadoras (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 145).
5. **Orientación al Contribuyente:** “Entre las obligaciones de la Administración Tributaria, el Artículo 84º del Código Tributario puntualiza que: La Administración Tributaria proporcionará orientación, información verbal, educación y asistencia al contribuyente” (Bravo, 2012, p. 162).
6. **Tributación:** Tributación significa tanto el tributar, o pagar Impuestos, como el sistema o régimen tributario existente en una nación. La tributación tiene por objeto recaudar los fondos que el Estado necesita para su funcionamiento pero, según la orientación ideológica que se siga, puede dirigirse también hacia otros objetivos: desarrollar ciertas ramas productivas, redistribuir la Riqueza, etc. (Castro & Fiorella, 2013, p. 29).
7. **Tributo:** Prestación monetaria coactiva regida por los principios de legalidad y de Capacidad contributiva, de la cual se sirve el Estado y otro Ente Público por él Autorizado para obtener los medios económicos necesarios para el cumplimiento de sus fines. Estos se clasifican en tres categorías tasas, impuestos y contribuciones especiales (Tarazona & Veliz de Villa, 2016, p. 147).

CAPÍTULO III
MARCO METODOLÓGICO

CAPITULO III. MARCO METODOLOGICO

3.1. Tipo y Diseño de Investigación

3.1.1. Tipo de Investigación

El tipo de estudio de la investigación es descriptivo, el mismo que consiste en describir fenómenos, situaciones, contextos y sucesos; esto es detallar cómo son y se manifiestan. De acuerdo con (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 92), con los estudios descriptivos se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. Es decir, únicamente pretenden medir o recoger información de manera independiente o conjunta sobre los conceptos o las variables a las que se refieren, esto es, su objetivo no es indicar cómo se relacionan éstas.

3.1.2. Diseño de Investigación

(Ñaupas, Mejia , Novoa, & Villagomez, 2013), describe que el diseño de la investigación es no experimental porque busca observar el fenómeno tal como se da en su contexto natural, y así nos permita realizar un análisis y posterior a ello realizar una propuesta y así obtener nuestras conclusiones y solucionar el problema.

Los datos se realizan en un solo momento, en un tiempo único, realizando un corte específico en un tiempo determinado; es descriptivo por tanto busca precisar, la incidencia del fenómeno en las variables y las relaciones existentes entre sus componentes.

El diagrama que le corresponde se resume en el siguiente esquema:

M ----- O

Dónde:

M: Representa la muestra de la cual se recogió información para el estudio.

O: Representa el resultado que se va a obtener.

3.2. Población y Muestra

3.2.1. Población:

Según (Ñaupas, Mejia , Novoa, & Villagomez, 2013), exponen que la población es el conjunto de individuos, personas o instituciones que son motivo de investigación.

En ese sentido, este estudio tiene una población compuesta por 105 microempresarios textiles del Sector Comerciantes Unidos –Bagua Grande.

3.2.2. Muestra:

Según (Ñaupas, Mejia , Novoa, & Villagomez, 2013), manifiestan que la muestra es el subconjunto, parte del universo o población, seleccionado por métodos diversos, siempre teniendo en cuenta la representatividad del universo. Es decir, una muestra es representativa si reúne las características de los individuos del universo.

La muestra fue aleatoria estratificada por afijación proporcional, la cual su tamaño fue calculado por la fórmula:

$n = \frac{z^2 p q N}{z^2 p q + e^2 (N-1)}$

Dónde:

n = Tamaño de muestra

N =Tamaño de la población= 105

Z = Nivel de confianza al 95% establecido por el investigador = 1.96

p = 0.5 Proporción de individuos de la población que tiene las características que se desean estudiar.

q = 0.5 Proporción de individuos de la población que no tienen las características de interés.

e = Margen de error permisible establecido por el investigador = 10%

Reemplazando:

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5) (0.5) (105)}{(1.96)^2 (0.5) (0.5) + (0.10)^2 (105-1)}$$

n = 50 sujetos.

3.3. Hipótesis

Con un plan de capacitación tributaria adecuado se mejorará la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

3.4. Variables

3. **Plan de Capacitación:** Aguilar, (2004) citado por Chalen, (2017), señala que consiste en una actividad planeada y basada en necesidades reales de una empresa u organización y orientada hacia un cambio en los conocimientos, habilidades y actitudes del colaborador.
4. **Gestión Tributaria:** La Gestión Tributaria mide el conjunto de acciones en el proceso del mandato público vinculada a los tributos que aplican los gobiernos en su política económica. Los tributos son las prestaciones en dinero que el estado, en su ejercicio de poder, exige con el objeto de tener

recursos para el cumplimiento de sus fines (Llanos & Guachichulca, 2012).

3.5. Operacionalización:

Este proceso es la parte operativa de la definición operacional de las variables y tiene como propósito construir la matriz metodológica para el diseño y elaboración de los instrumentos de medición empírica los mismos que permitirán al investigador contrastar la hipótesis prevista. Consiste en descomponer o desagregar deductivamente las variables que componen el problema de investigación, partiendo desde lo más general a lo más específico, es decir las variables se dividen en dimensiones, indicadores e ítem.

MATRIZ DE OPERACIONALIZACION DE VARIABLE

VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEMS
Plan de Capacitación	Mejores Oportunidades	Beneficios en conocimiento	Talleres en Gestión Tributaria
		Compromiso con su crecimiento y desarrollo	
	Organización	Ser más productivo y rentable	
		Fomenta actitudes	
Gestión Tributaria	Proceso	Formación	1, 2
		Comportamiento del Ciudadano	3, 4
	Contenido	Sistemas de Información	5, 6
		Difusión y orientación	7, 8

3.6. Métodos, técnicas e instrumentos de recolección de datos.

3.6.1. Métodos de Investigación

(Bernal, 2010) “Es el conjunto de postulados, reglas y normas para el estudio y la solución de los problemas de investigación” (p. 58).

- 1. Método Analítico.** – “Este proceso en descomponer un objeto de estudio, separando cada una de las partes del todo para estudiarlas en forma individual” (Bernal, 2010, p. 60).

Nos permitirá realizar un estudio apropiado de la gestión tributaria en nuestro país, analizar las causas de la informalidad y proponer un programa de gestión para ser transmitido a los comerciantes informales del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

- 2. Método Deductivo.** –Este método de razonamiento consiste en tomar conclusiones generales para obtener explicaciones particulares, se inicia con el análisis de los postulados. (Bernal, 2010, p. 59).

Para este trabajo de investigación se recurrirá a información de diferentes autores, teorías, revistas e Internet, para luego seleccionar la información más conveniente, la que será aplicada y seleccionada en la propuesta de gestión para ser transmitido a los comerciantes informales del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

3.6.2. Técnicas de recolección de datos

“Son el conjunto de reglas y operaciones concretas para el manejo de los instrumentos, se sitúan a nivel de los hechos o de las etapas prácticas que permite la aplicación del método” (López(a), 2014, p. 8). La técnica a emplear en el presente trabajo fueron: la encuesta, el trabajo de campo y la fotografía.

1. **Encuesta:** “Técnica en la cual se utiliza un conjunto de preguntas de ambas variables de estudio, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de las características objetivas y subjetivas de la población” (López(a), 2014, p. 9).

En la presente investigación se utilizó la técnica de la encuesta, la que se aplicó a los comerciantes informales del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

2. **Trabajo de Campo:** (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), Análisis documental. Nos permitirá recoger información sobre hechos, sucesos o acontecimientos naturales de la empresa en la configuración de la estrategia de escenarios como recursos que permitan elegir el sistema de costos más apropiado para la empresa.
3. **Fotografía:** (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), Se registrarán fotos de los acontecimientos o momentos más significativos de la intervención con la aplicación de las encuestas a los trabajadores de la empresa.

3.6.3. Instrumentos de recolección de datos

“Son los objetos concretos que facilitan la aplicación precisa de la técnica y aunque poseen características propias deben adecuarse al objeto de estudio” (López(a), 2014, p. 18); asimismo “Es un recurso que utiliza el investigador para registrar información o datos sobre las variables que tiene en mente” (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 200).

El instrumento utilizado para obtener los datos necesarios en la presente investigación, fue el cuestionario.

1. **Cuestionario:** Es el instrumento formado por “un conjunto de preguntas escritas que el investigador administra o aplica a las personas o unidades de análisis, a fin de obtener la información empírica necesaria para determinar los valores o respuestas de las variables motivo de estudio” (López(a), 2014, p. 18).

El instrumento utilizado en el presente trabajo de investigación fue el cuestionario; éste consiste de varias preguntas cerradas, relacionadas con las dos variables de estudio. El instrumento fue aplicado a la muestra de la investigación.

3.7. Procedimiento para la recolección de datos

Los datos y la información recogida en la aplicación del instrumento en estudio fueron previamente clasificados; registrados haciendo uso de programas computarizados tales como el Excel, Word y luego presentados en base a cuadros y gráficos para ser analizados e interpretados de acuerdo al problema y objetivos planteados en nuestro estudio.

Procesada la información obtenida y determinados los resultados, procedimos a realizar un análisis, según los objetivos, preguntas e hipótesis planteadas en la presente investigación, para este efecto se ha utilizado el programa informático excel y word, cuyo procesamiento fue el siguiente:

- a) Obtenida la información de la muestra objeto de estudio de la investigación, fue revisada, corregida y ordenada de acuerdo con los objetivos planteados.
- b) Se codificaron las respuestas utilizando un sistema de códigos numéricos para las variables con el fin de tabularlas.
- c) Las variables codificadas se elaboraron cuadros y gráficos por cada pregunta que compone el instrumento.

- d) Luego procedimos a interpretar nuestros resultados en función al problema planteado, objetivos e hipótesis, determinando finalmente las respectivas conclusiones y recomendaciones referentes a nuestra investigación.

3.8. Análisis Estadístico e Interpretación de los datos

Las técnicas que se utilizaron fueron las siguientes de acuerdo a (Aguirre & Silva, 2013, p.65):

1. **Cuadro o tablas estadísticas:** Nos permitió estructurar los resultados obtenidos en cuadros y/o tablas estadísticas las que se analizaron e interpretaron, mediante el uso de sistema informático de procesamiento de datos Excel y descripción documental Word.
2. **Gráficos estadísticos:** Nos permitió estructurar los resultados obtenidos en gráficos estadísticos las que se analizaron e interpretaron. mediante el uso de sistema informático de procesamiento de datos Excel y descripción documental Word.

3.9. Principios éticos

Hemos usado los siguientes criterios de acuerdo a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 455 - 459):

1. **Confidencialidad:** reserva total de la información recopilada para el desarrollo de la investigación.
2. **Objetividad:** La investigación aplica el método de la investigación científica el cual le da carácter de ciencia, asegurando la confiabilidad de los resultados.
3. **Originalidad:** Esta tesis por ser elaborada en todo su contenido por las Tesistas, es única en su contenido, por lo que queda descartado el plagio de cualquier investigación similar.

4. **Veracidad:** La información contenida en la presente investigación es real, la misma que ha sido fruto de la investigación realizada por las Tesisistas.

3.10. Criterios de rigor científico

Para otorgarle rigor científico al presente trabajo de investigación, hemos usado los siguientes criterios de acuerdo a (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014, p. 455 - 459):

1. **Fundamentación:** por la amplitud con que la investigación posee bases teóricas sólidas y provee de un marco referencial que informa al estudio. Tiene que ver con una revisión de la lectura extensiva y permanente.
2. **Aproximación:** desde el punto de vista metodológico, por la secuencia que se siguió en la investigación y los razonamientos que la condujeron.
3. **Credibilidad:** llamada también validez máxima. Se refiere a si el investigador ha captado el significado completo y profundo de las experiencias de los participantes, particularmente de aquellos vinculados con planteamiento del problema.
4. **Autenticidad:** Que tanto los participantes como el investigador se expresen tal y como son y las descripciones sean equilibradas y justas.

CAPÍTULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

CAPITULO IV. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis e Interpretación de Resultados.

Para lograr los objetivos establecidos en la presente investigación realizamos un cuestionario, el mismo que fue aplicado a los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande, la misma que ha sido de mucha utilidad para poder cumplir con los objetivo.

A. Análisis de la Aplicación de la Encuesta

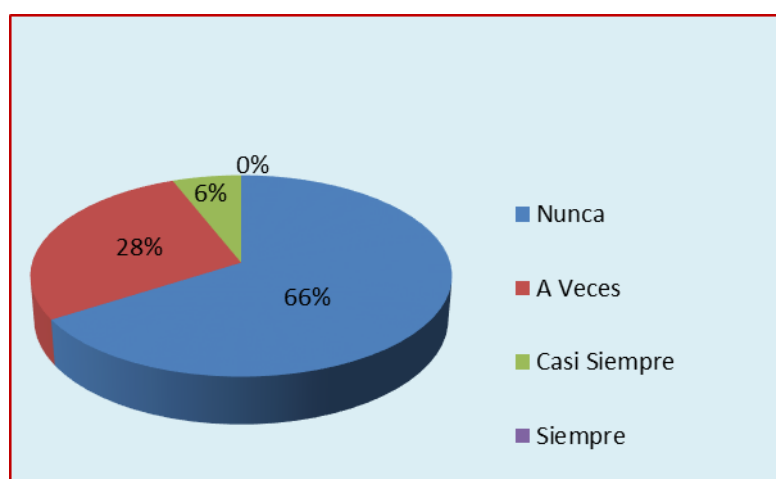
Tabla 1

1. ¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a gestión tributaria?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	33	66%
A Veces	14	28%
Casi Siempre	3	6%
Siempre	0	0%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 1



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 1 puedo indicar que el 66% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA han asistido a las Charlas Dictadas por SUNAT; el 28% indicaron que A VECES asistieron a las charlas dictadas por SUNAT y el 6% restante manifestaron que CASI SIEMPRE asisten a las charlas dictadas por SUNAT en materia de Gestión Tributaria.

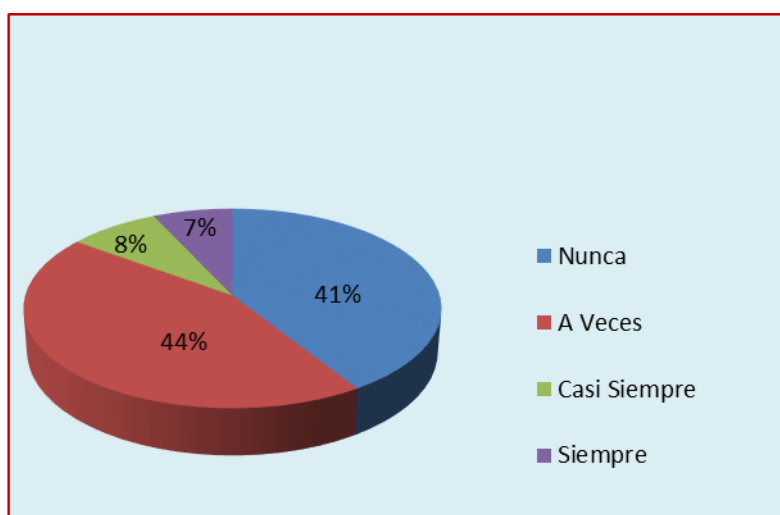
Tabla 2

2. ¿Ha recibido información referente a los regímenes tributarios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	21	41%
A Veces	22	44%
Casi Siempre	4	8%
Siempre	3	7%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 2



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 2 se puede mostrar que el 44% indicaron que A VECES recibieron información referente a regímenes tributarios; el 41% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA recibieron información referente a regímenes tributarios; el 8% manifestaron que CASI SIEMPRE y el 7% restante indico SIEMPRE haber recibido información referente a los Regímenes tributarios de los funcionarios de SUNAT.

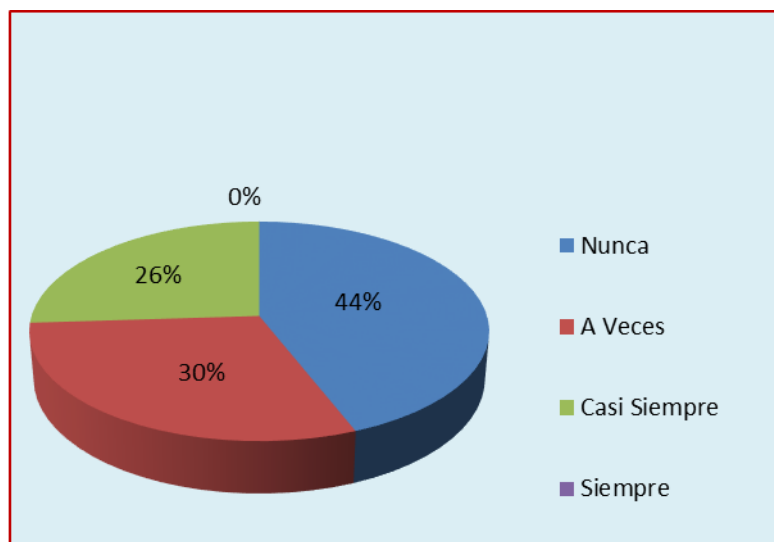
Tabla 3

3. ¿La información recibida hasta ahora en gestión tributaria ha sido la más adecuada para usted?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	22	44%
A Veces	15	30%
Casi Siempre	13	26%
Siempre	0	0%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 3



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 3 puedo demostrar que el 44% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que hasta ahora NUNCA han recibido información en gestión tributaria adecuada; el 30% indicaron que A VECES recibieron información adecuada en gestión tributaria y el 26% restante manifestaron que CASI SIEMPRE recibieron información adecuada en materia de Gestión Tributaria.

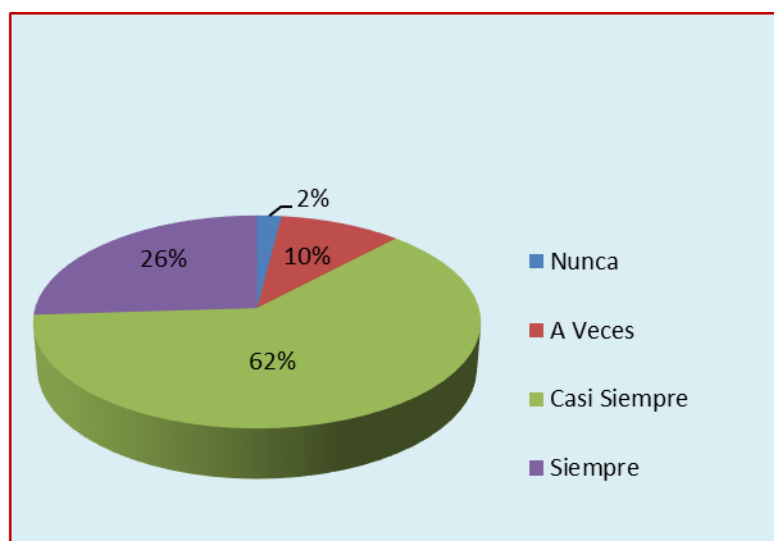
Tabla 4

4. ¿Cree que es importante informar a la población sobre los beneficios tributarios para sus negocios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	2%
A Veces	5	10%
Casi Siempre	31	62%
Siempre	13	26%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 4



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 4 puedo indicar que para el 62% CASI SIEMPRE es importante que les informen sobre los beneficios tributarios para formalizar sus negocios; el 26% indicaron que SIEMPRE les pareció importante que se les informen sobre los beneficios tributarios para sus negocio; para el 10% A VECES es importante que les informen sobre los beneficios tributario y para el 2% restante de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA les pareció importante que les informen sobre los beneficios tributarios.

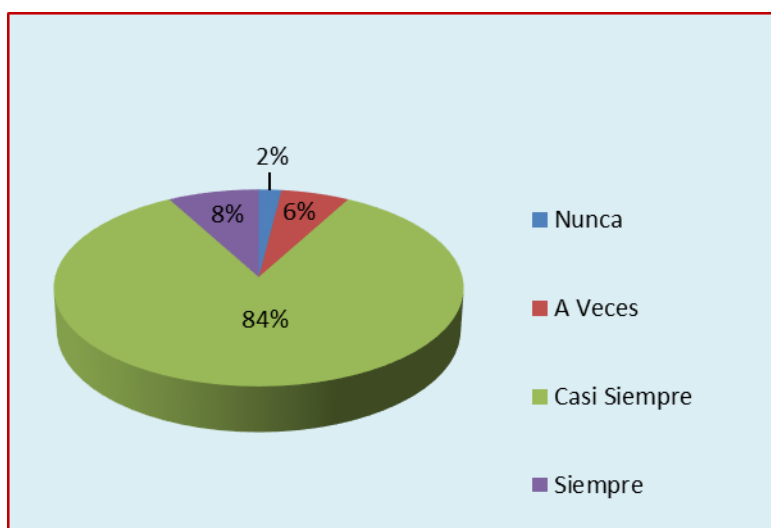
Tabla 5

5. ¿Cree que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	1	2%
A Veces	3	6%
Casi Siempre	42	84%
Siempre	4	8%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 5



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 5 puedo señalar que el 84% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que CASI SIEMPRE, creen que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable; el 8% indico que SIEMPRE, creen que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable, el 6% restante manifestaron que A VECES, y el 2% afirmo que creen que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable.

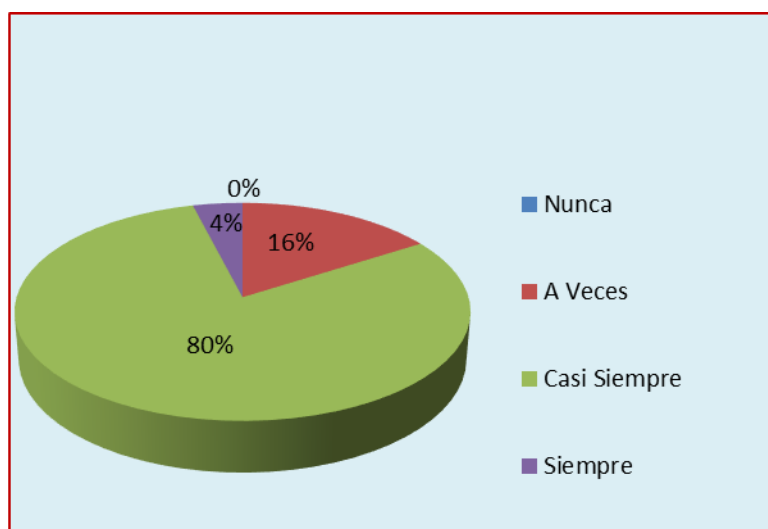
Tabla 6

6. ¿La rentabilidad que obtiene por la venta de sus productos satisface su iniciativa empresarial?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	8	16%
Casi Siempre	40	80%
Siempre	2	4%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 6



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 6 puedo indicar que el 80% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que CASI SIEMPRE la rentabilidad que obtienen por la venta de sus productos satisface su iniciativa empresarial; el 16% indicaron que A VECES la rentabilidad que obtiene por la venta de sus productos satisface su iniciativa empresarial y el 4% restante manifestaron que SIEMPRE la rentabilidad que obtiene por la venta de sus productos satisface su iniciativa empresarial.

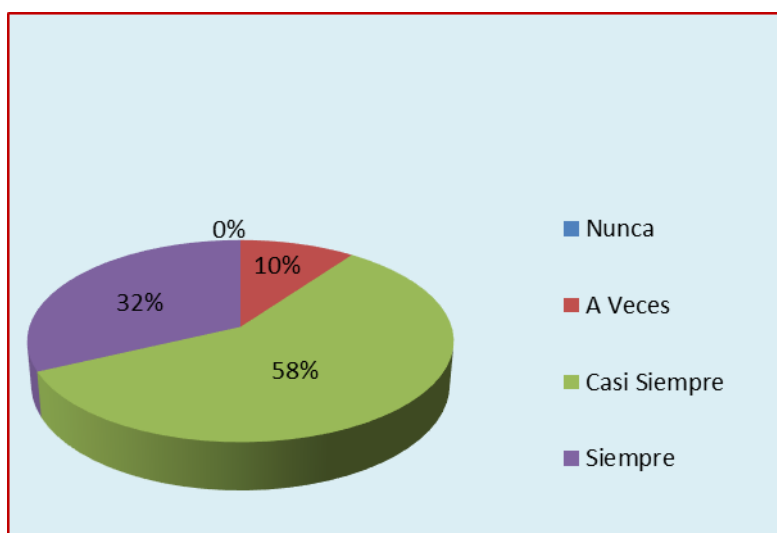
Tabla 7

7. ¿Está dispuesto a participar en charlas de gestión tributaria?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	5	10%
Casi Siempre	29	58%
Siempre	16	32%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 7



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 7 puedo indicar que el 58% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que CASI SIEMPRE estuvieron dispuestos a participar en charlas de gestión tributaria; el 32% indicaron que SIEMPRE estuvieron dispuestos a participar en charlas de gestión tributaria y el 10% restante manifestaron que A VECES estuvieron dispuestos a participar en charlas de gestión tributaria.

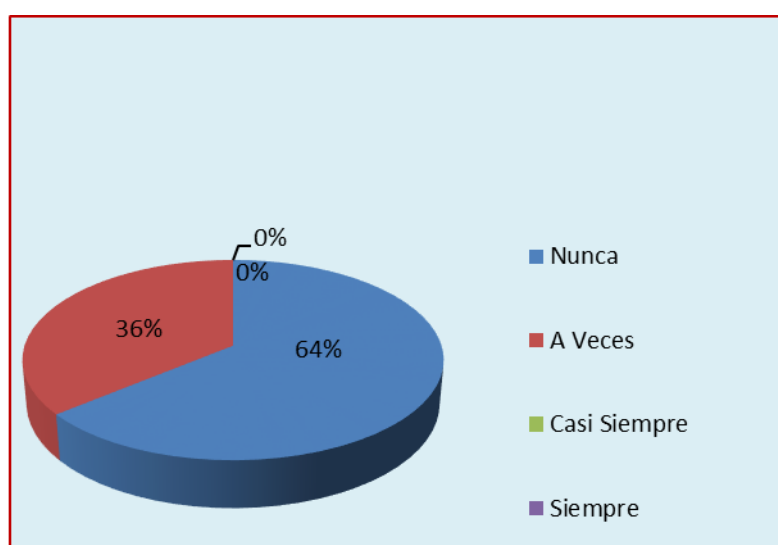
Tabla 8

8. ¿Ha recibido la visita de algún orientador de SUNAT en su negocio para orientarlo en conocimientos tributarios?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	32	64%
A Veces	18	36%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 8



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 8 puedo indicar que el 64% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA los visito un orientador de SUNAT y el 36% restante manifestaron que A VECES los visito un orientador de SUNAT para orientarlo en conocimientos tributarios.

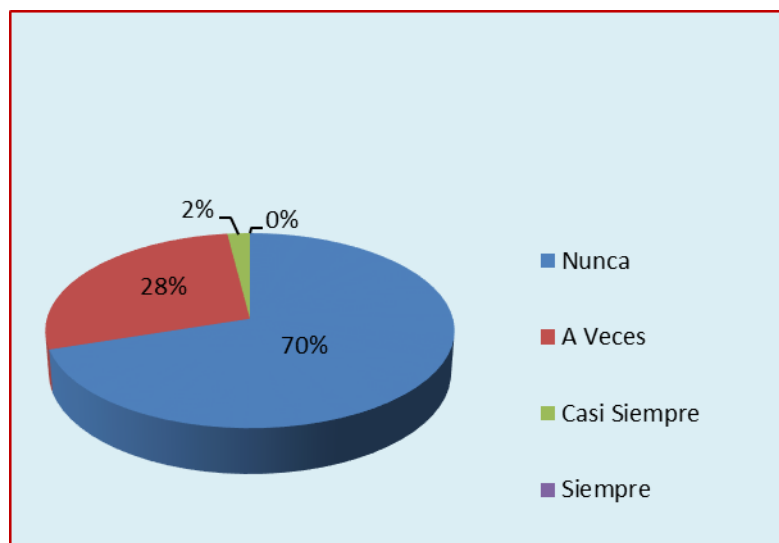
Tabla 9

9. ¿Cuándo el funcionario de la SUNAT lo ha visitado se ha sentido satisfecho con la orientación y las respuestas brindadas a sus consultas?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	35	70%
A Veces	14	28%
Casi Siempre	1	2%
Siempre	0	0%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 9



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 9 se puede indicar que el 70% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA un funcionario de la SUNAT cuando los ha visitado se han sentido satisfechos con la orientación y las respuestas brindadas a sus consultas; el 28% indicaron que A VECES se han sentido satisfechos con la orientación y respuestas a sus consultas brindadas por el funcionario de la SUNAT que los ha visitado y el 2% restante manifestaron que CASI SIEMPRE se han sentido satisfechos con la orientación y respuestas a sus consultas brindadas por el funcionario de la SUNAT que los ha visitado.

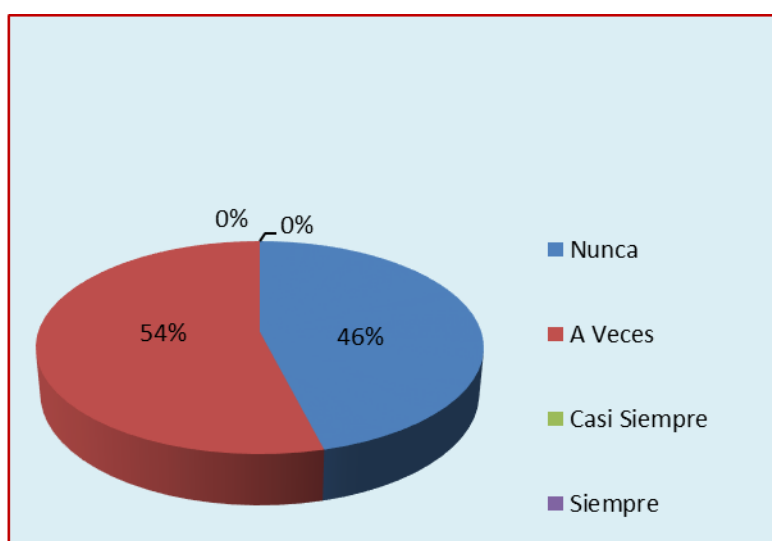
Tabla 10

10. ¿Usted cree que la forma de difusión empresarial que utiliza el Estado llega a todos?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	23	46%
A Veces	27	54%
Casi Siempre	0	0%
Siempre	0	0%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 10



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 10 puedo indicar que el 54% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que A VECES la forma de difusión empresarial que utiliza el Estado llega a todos, mientras que el 46% señalo que NUNCA cree que la forma de difusión empresarial que utiliza el Estado llega a todos.

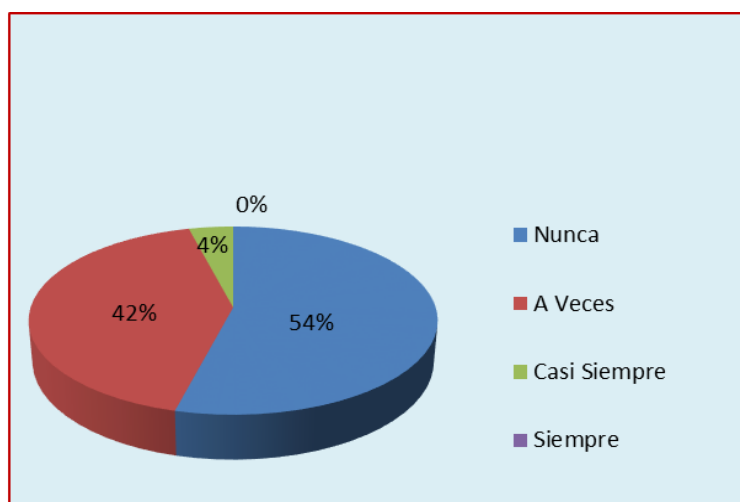
Tabla 11

11. ¿Cree usted que el gobierno tiene implementada una política de formalización comercial?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	27	54%
A Veces	21	42%
Casi Siempre	2	4%
Siempre	0	0%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 11



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N° 11 puedo indicar que el 54% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA creen que el gobierno tenga implementada una política de formalización comercial; el 42% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados indicaron que A VECES creen que el gobierno tenga implementada una política de formalización comercial, mientras que el 4% los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados manifestaron que CASI SIEMPRE creen que el gobierno tenga implementada una política de formalización comercial.

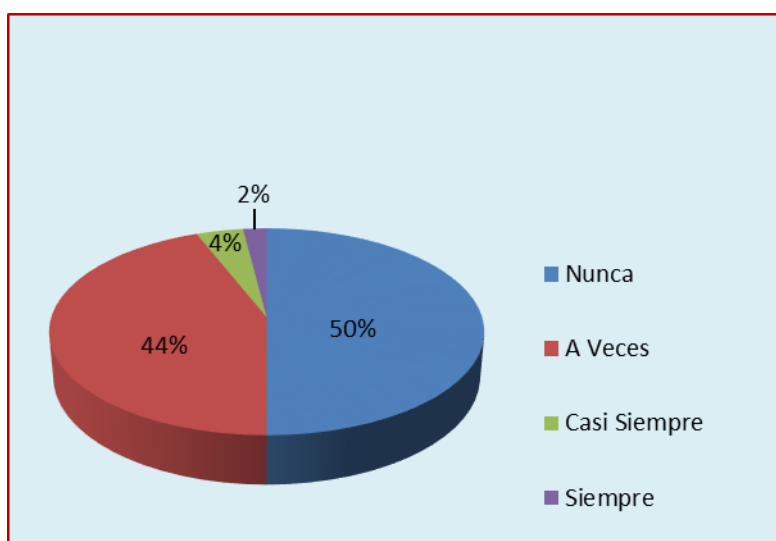
Tabla 12

12. ¿Tiene conocimiento que existen sanciones que puede recibir por cometer infracciones tributarias?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	25	50%
A Veces	22	44%
Casi Siempre	2	4%
Siempre	1	2%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 12



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N°12 puedo indicar que el 50% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA tienen conocimiento que existen sanciones que pueden recibir por cometer infracciones tributarias; el 44% indicaron que A VECES, el 4% manifestaron que CASI SIEMPRE y el 2% restante indico que SIEMPRE tienen conocimiento que existen sanciones que pueden recibir por cometer infracciones tributarias, respectivamente.

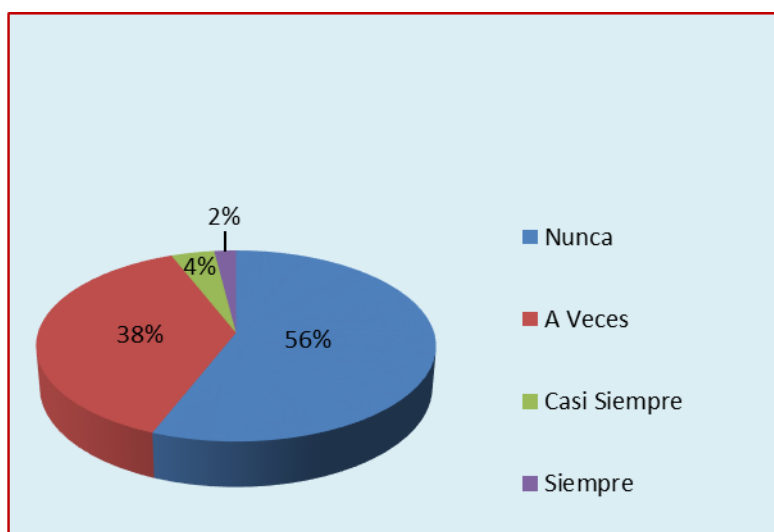
Tabla 13

13. ¿Ha recibido usted algún tipo de orientación en Infracciones Tributarias?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	28	56%
A Veces	19	38%
Casi Siempre	2	4%
Siempre	1	2%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 13



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N°13 puedo indicar que el 56% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que NUNCA han recibido algún tipo de orientación en infracciones tributarias; el 38% indicaron que A VECES han recibido algún tipo de orientación en infracciones tributarias, el 4% manifestaron que CASI SIEMPRE recibieron algún tipo de orientación en infracciones tributarias y el 2% restante indico que SIEMPRE han recibido algún tipo de orientación en infracciones tributarias.

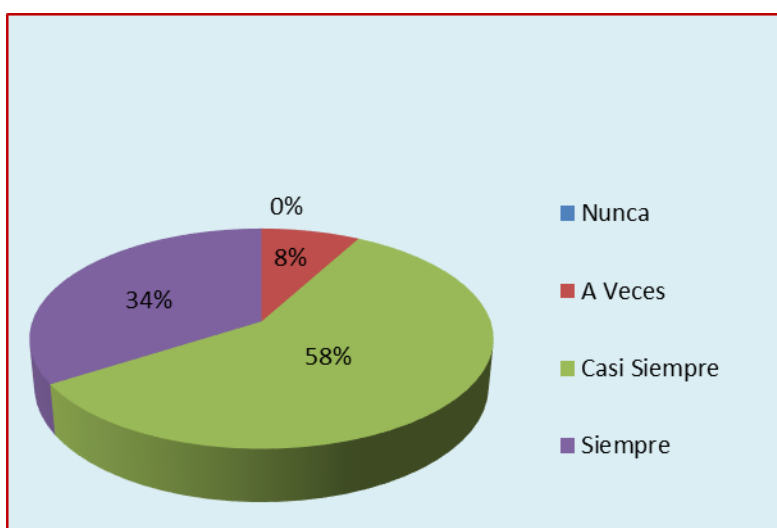
Tabla 14

14. ¿Cree usted que las infracciones tributarias afectan a su negocio?

Detalle	Cantidad	Porcentaje
Nunca	0	0%
A Veces	4	8%
Casi Siempre	29	58%
Siempre	7	34%
	50	100

FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Figura N° 14



FUENTE: Resultados de la Encuesta aplicada el 11/10/2017

Interpretación: De la figura N°14 puedo señalar que el 58% de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos encuestados respondieron que CASI SIEMPRE creen que las infracciones tributarias afectan a su negocio; el 34% indicaron que SIEMPRE creen que las infracciones tributarias afectan a su negocio y el 8% restante manifestaron que A VECES creen que las infracciones tributarias afectan a su negocio.

B. Determinación de estrategias para mejorar la Gestión Tributaria

De acuerdo con el Objetivo Especifico N° 2: “Determinar estrategias para mejorar la gestión tributaria de los los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”, en esta parte vamos a determinar las estrategias de gestión tributaria que se debe compartir con los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande con la finalidad de orientar su comprensión en la gestión tributaria con conceptos básicos de la tributación que rige nuestro país, permitiéndoles con esto a tener mayores opciones e iniciativas de crecimiento empresarial al encontrarse debidamente formalizados y con los conocimientos claros sobre el manejo tributario básico que no perjudique su negocio. Estas estrategias han sido elaboradas teniendo en cuenta los resultados del análisis de las respuestas logradas en las encuestas realizadas a los 50 microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande:

Los conocimientos tributarios que se deben reforzar de acuerdo a los resultados como propuesta son:

- i. dar a conocer el marco legal de la tributación en el Perú.
- ii. Elaborar material donde se explique de manera clara los diferentes regímenes tributarios que existen en el país.
- iii. Informar a los contribuyentes y población en general las razones por las cuales existen los tributos, los servicios que con ellos se cubren, la forma cómo se calculan y porque debemos realizar el pago al estado
- iv. Explicar las normas tributarias utilizando en lo posible un lenguaje claro y accesible.

- v. Explicar de manera clara los beneficios tributarios para sus negocios.
- vi. Orientar al contribuyente sobre el manejo apropiado de los regímenes tributarios que existen en nuestro país.
- vii. Dar a conocer las normas emitidas sobre comprobantes de pago y la importancia de emitirlos.

C. Implementación del Plan de Capacitación para mejorar la Gestión Tributaria

De acuerdo con el Objetivo Especifico N° 3: “Implementar el plan de capacitación para mejorar la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”, en esta parte vamos a dejar constancia de la ejecución de los talleres.

1. Descripción del Plan de Capacitación

La propuesta nace después de conocer que existe la necesidad de fortalecer los conocimientos de tributación de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande en el manejo de la gestión tributaria.

La evaluación de los conocimientos en gestión tributaria que tiene los microempresarios a lo largo de esta investigación, ha permitido conocer que estos contribuyentes tienen la disposición para fortalecer sus conocimientos, pero no lo hacen por falta de orientación, lo que impulsó a preparar este plan de capacitación y a implementarlo en conjunto con los microempresarios.

2. Característica del Plan de Capacitación

El presente Plan de capacitación en Gestión Tributaria ha sido elaborado para los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande, el mismo que contiene información sobre

tributación, normativa legal; desde como inscribirse en el RUC, el manejo de los Comprobantes de Pago donde se desarrollara y dio a conocer a los microempresarios la importancia que tiene la emisión de comprobantes de pago, su conservación y archivo, Conocimientos de los Regímenes Tributarios y sus beneficios, entre otros temas de la política tributaria implementada en el país.

3. Uso del Plan de Capacitación

- a) Para quiénes está dirigido: para los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande y demás Contribuyentes del País.
- b) Porque: Porque se propone como una solución para fortalecer sus conocimientos en Gestión tributaria, problemática que es fuerte en todas las ciudades del país.
- c) Para qué: Para que los microempresarios sean partícipes de mayores beneficios económicos al formalizar sus negocios, pudiendo incluso hacerlo crecer si ellos desean buscar financiamiento para aumentar su capacidad empresarial.

4. Objetivos de la propuesta

a) General.

Brindar el conocimiento al contribuyente en materia de gestión tributaria actual, con la finalidad de que cumplan con las disposiciones emitidas por el Gobierno a través de SUNAT como implementación de su Política Empresarial.

b) Específicos.

- i.a.i.1. Informar sobre los beneficios de ser un contribuyente formal
- i.a.i.2. Orientar en los procedimientos para su incorporación al RUC

- i.a.i.3. Capacitar a los comerciantes para que conozcan la importancia de la emisión de los comprobantes.
- i.a.i.4. Proporcionar información a los comerciantes sobre las obligaciones tributarias.

5. Desarrollo del Plan de Capacitación en Gestión Tributaria

Taller 1

a) Nombre completo del Módulo: Introducción a la tributación

b) Breve justificación de la capacitación: La administración tributaria (SUNAT) constantemente emite normas de modificaciones tributarias, obligando a los contribuyentes a una continua revisión de los aspectos tributarios, tema que ellos no lo hacen porque no cuentan con la orientación necesaria para comprender la magnitud de la importancia de conocer sobre tributación y evitar contingencias futuras a su negocio que signifique riesgo de dejar de operar.

c) Objetivo General

Apreciar el manejo responsable de los impuestos como clave para el cumplimiento de los objetivos de desarrollo nacional.

d) Objetivos Específicos

- i. Conocer los aspectos básicos del sistema tributario del país.
- ii. Identificar las normas tributarias que orientan los sistemas en el país.
- iii. Explicar los mecanismos que se utilizan para el cumplimiento de sus obligaciones tributarias.
- iv. Dar a conocer los tipos de regímenes tributarios; con sus respectivos ejemplos.

e) Actividades:

1. El Sistema tributario peruano y su justificación Constitucional.
2. Desarrollo de conceptos sobre Tributos.
3. Clasificación de los Tributos.
4. Definiciones, Clasificación, características y ejemplos sobre Impuestos.
5. Tipos de regímenes tributarios en el Perú, ejemplos.
6. El cumplimiento de las obligaciones tributarias.

f) Fotos de desarrollo del Taller:



Fotos tomadas en el desarrollo del taller N° 01

Taller 2

a) **Nombre completo del curso:** Normativas aplicada a los pequeños comerciantes.

b) **Breve justificación de la capacitación:** La obligación tributaria en el país es una exigencia legal, toda persona natural con negocio debe contribuir con la parte proporcional del impuesto que corresponde al estado por mandato constitucional sea a través de SUNAT o cualquier otra Entidad del Estado a la cual debe tributar la persona natural por constituir un negocio en el país.

c) **Objetivo General**

Valorar las normas Constitucionales y demás leyes emitidas como elementos necesarios para el normal funcionamiento empresarial, permitiendo formalizar el sistema tributario y empresarial peruano.

d) **Objetivos Específicos**

- i. Definir los derechos constitucionales de crear empresas (negocios independientes) en el País.
- ii. Dar a Conocer a los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande qué es y para qué sirve la cultura tributaria.
- iii. Promover entre los Microempresarios el normal cumplimiento de sus obligaciones tributarias, en el marco de principios éticos y legales, para aseguren una recaudación efectiva.

e) **Actividades:**

1. hablar sobre los derechos y principios Constitucionales que rigen el sistema tributario en el país.
2. dar a conocer los aspectos básicos del Código Tributario.
3. Los tramites de formalización empresarial:

- a) Elección del régimen tributario indicado al negocio para operar.
 - b) Inscripción en el RUC,
 - c) Tramite de autorización de la licencia municipal de funcionamiento
 - d) Licencia de defensa civil
 - e) Autorización de comprobantes de pago,
 - f) Emisión de comprobantes de pago en ventas
 - g) Importancia de solicitar la emisión de comprobante de pago en las compras.
 - h) Declaraciones mensuales.
4. Reglamento de comprobantes de Pago.

f) Fotos de desarrollo del Taller:



Fotos tomadas en el 2do Taller de capacitación.

Taller 3

- a) **Nombre completo del curso:** El Régimen Único Simplificado.
- b) **Breve justificación de la capacitación:** En este módulo se dará a conocer los beneficios que otorga el Nuevo Régimen Único Simplificado por ser uno de los más básicos y sencillos de la política tributaria aprobada en nuestro país; debido a que este régimen brinda facilidades y simplifica las acciones de control a desarrollar, es el que más se utiliza al inicio de un negocio como es el desarrollado por los comerciantes de los mercados, como es el caso de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.
- c) **Objetivo General**
Facilitar el conocimiento del Régimen Único Simplificado a los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.
- d) **Objetivos Específicos**
- i. Identificar entre los Microempresarios los tipos de contribuyentes.
 - ii. Explicar a los Microempresarios la obligación que el contribuyente tiene de solicitar la autorización de comprobantes de pago y emitir comprobantes de venta válidos.
 - iii. Dar a conocer a los contribuyentes la importancia de llevar control de sus compras y ventas a través de la implementación de libros para un mejor entendimiento de sus ingresos y egresos para ver sus ganancias o pérdidas.

e) Actividades:

1. Aspectos generales de la Norma.
2. Concepto y Beneficios
3. Personas que deben inscribirse
4. Condiciones y requisitos
5. Personas que no pueden inscribirse
6. Comprobante de pago que entregan en el régimen
7. Realización de pagos mensuales por el impuesto.

f) Fotos de desarrollo del Taller:



Fotos tomadas en el desarrollo del 3er taller del plan de capacitación.

6. Cronograma de Actividades

Cronograma de Capacitación							
	Actividades	MESES	1				2
		Semanas	S1	S2	S3	S4	S1
	Modulo 1						
	Modulo 2						
	Modulo 3						

7. Presupuesto del Plan de capacitación

Presupuesto	Monto S/.
1.- Viáticos	300.00
2.- Material y equipo	150.00
3.- Transporte	30.00
4.- Comunicación	100.00
5.- Refrigerios	600.00
Total Presupuesto	1,180.00

4.2 Discusión de Resultados.

Teniendo en cuenta los objetivos materia de estudio, la hipótesis propuesta en la presente investigación y los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, se puede manifestar lo siguiente:

1.- El Objetivo Específico N° 1: “Identificar el grado de conocimientos en gestión tributaria que tienen los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”.

Los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande, de acuerdo con las respuestas brindadas en la encuesta aplicada revelados en la tabla N° 1, podemos observar que el 66% Nunca asistió a charlas dictadas por SUNAT en gestión tributaria, siendo el principal motivo que no fueron comunicados que se dictan charlas en oficinas de SUNAT para mejorar sus conocimientos, por lo que tampoco han recibido información referente a regímenes tributarios de acuerdo a las respuestas de la Tabla N° 2 (41% Nunca y 44% A veces), reforzando estas respuestas son los resultados de la Tabla N° 3 donde el 44% manifestó que Nunca ha sido adecuada la información recibida hasta hoy sobre gestión tributaria. A todo lo anterior también lo podemos relacionar con las siguientes respuestas de los microempresarios, pues según la Tabla N° 4 el 62% de los microempresarios manifestaron casi siempre es importante informar a la población sobre los beneficios tributarios para sus negocios; en la Tabla N° 5 el 84% indico que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable, así como también, los microempresarios, respondieron en la Tabla N° 7 que el 58% casi siempre y el 32% Siempre está dispuesto a participar en charlas de gestión tributaria, por lo que es necesario y urgente un cambio en la forma de difundir la gestión tributaria en nuestro país, por lo que actualmente los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos tienen bajos conocimientos de gestión tributaria.

2.- El Objetivo Específico N° 2: “Determinar estrategias para mejorar la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”

Las Estrategias que se han establecido como propuesta en la presente investigación para mejorar los conocimientos de gestión tributaria y fortalecer los conocimientos de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos del Centro Comercial de Bagua Grande son:

- i. Dar a conocer el marco legal de la tributación en el Perú.
- ii. Elaborar material donde se explique de manera clara los diferentes regímenes tributarios que existen en el país.
- iii. Informar a los contribuyentes y población en general las razones por las cuales existen los tributos, los servicios que con ellos se cubren, la forma cómo se calculan y porque debemos realizar el pago al estado
- iv. Explicar las normas tributarias utilizando en lo posible un lenguaje claro y accesible.
- v. Explicar de manera clara los beneficios tributarios para sus negocios.
- vi. Orientar al contribuyente sobre el manejo apropiado de los regímenes tributarios que existen en nuestro país.
- vii. Dar a conocer las normas emitidas sobre comprobantes de pago y la importancia de emitirlos.

3.- El Objetivo Específico N° 3: “Implementar el plan de capacitación para mejorar la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”

Para cumplir con el Objetivo Específico N° 03, hemos planteado el desarrollo del Plan de Capacitación que se llevó a cabo con los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande la misma que se formuló de acuerdo a los resultados alcanzados en la encuesta que forman parte del Objetivo N° 1.

4.- Después de analizados los objetivos específicos materia de estudio, los resultados obtenidos en el análisis de los resultados de la encuesta, vamos a analizar esta información con el objetivo general planteado y la hipótesis propuesta en la presente investigación.

Sobre el Objetivo General “Mejorar los conocimientos de gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”; se planteó el fortalecimiento de capacidades de los Microempresarios mediante la aplicación de los talleres que forman parte del objetivo Especifico N° 3.

Revisando nuestra hipótesis planteada, los resultados obtenidos en el trabajo de campo y los análisis realizados a los objetivos específicos, se puede determinar que lo planteado en la Hipótesis se cumple de acuerdo a lo formulado: “Con un plan de capacitación tributaria adecuado se mejorará la gestión tributaria de los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande”, gestión que lo estamos viendo en la mejoraría que han tenido los Microempresarios en la gestión de sus negocios.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CAPITULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- 1) Se concluye que los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande tienen bajos conocimientos de gestión tributaria, pues de acuerdo a la Tabla N° 3 el 44% manifestó que Nunca ha sido adecuada la información recibida hasta hoy sobre gestión tributaria; a pesar de ellos en la tabla N° 5 se determinó que el 84% indico que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable.
- 2) Se concluye que los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande están dispuesto a recibir charlas para fortalecer sus conocimientos en gestión tributaria, esto de acuerdo a la Tabla N° 7 donde el 58% respondieron casi siempre y el 32% Siempre están dispuestos a participar en charlas de gestión tributaria para mejorar la gestión de sus negocios.
- 3) Se concluye que se debe mantener mayor informados a los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos de Bagua Grande en materia de gestión tributaria con la finalidad dejar precedente para otros casos iguales o similares, el mismo que puede ser replicado con los demás contribuyentes que tienen pequeños negocios para mejorar la recaudación del país y así poder realizar mejores inversiones en beneficio de toda la población.
- 4) Se concluye que del resultado de la evaluación de los objetivos estratégicos se realizó el planteamiento de un plan de capacitación en gestión tributaria diseñada a la medida de los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos de Bagua Grande, la misma que se implementó en tres talleres de

manera positiva, permitiendo con eso fortalecer los conocimientos de los microempresarios en la gestión de sus negocios.

5.2 Recomendaciones

1. Se recomienda a los representantes de SUNAT brindar una mejor orientación al contribuyente con información adecuada y oportuna para que el contribuyente, en especial los microempresarios del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande mejoren sus conocimientos en gestión tributaria y vean que es importante trabajar de manera formal aportando lo correspondiente a los impuestos al estado recaudados para tener una mejor calidad en los servicios que recibe del estado.
2. Se recomienda al administrador del Centro Comercial Bagua Grande gestionar ante las autoridades correspondiente fortalecer los conocimientos de sus asociados, el mismo que va generar beneficios a los comerciantes porque siendo formales podrán tener mayor acceso a financiamientos para hacer crecer sus negocios entre otros beneficios.
3. Se recomienda a los representantes de SUNAT como ente encargada de la política tributaria del país, mejorar su política de información al contribuyente haciéndola más comunicativa, velar por que la información llegue con mayor rapidez a los comerciantes, que sea relevante para que el contribuyente se sienta identificado con su país, su ciudad y sienta que debe realizar el pago de sus tributos, los que serán retribuidos con servicios básicos de calidad (salud, educación, infraestructura, saneamiento, telecomunicaciones, etc.).

4. Se recomienda a los representantes de SUNAT y demás entidades de gobierno que tienen a cargo las políticas tributarias y empresarial del país evaluar el presente plan de capacitación en gestión tributaria y ponerla en ejecución en las asociaciones de comerciantes y mercados del país donde hay comerciantes con similares o iguales características a los Microempresarios del Sector Comerciantes Unidos de Bagua Grande.

VI. REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Aquino, M. (2013). Manual de Gestion Tributaria. *Direccion General de Impuestos Internos, UNO*, 77.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Colombia: PRENTICE HALL.
- Bowles, E. (29 de Julio de 2014). *Cultura Tributaria*. Obtenido de opinioneideas.org:
http://www.opinioneideas.org/index.php?option=com_content&view=article&id=1990:cultura-tributaria&catid=46:economia&Itemid=61
- Bravo, F. (2012). *Cultura tributaria. Libro de consulta* (Vol. II). (I. d. Aduanera, Ed.) Lima, Perú.
- Burga, M. (2014). *Cultura tributaria y obligaciones tributarias en las empresas comerciales del emporio de gamarra, 2014*. Tesis Titulo Profesional, Universidad San Martin de Porras, LIMA.
- Campos, F. (2016). *La cultura tributaria y la formalización tributaria de las MYPES del sector calzado en el distrito El Porvenir, Rio Seco – 2015*. Tesis de Pregrado, Universidad Cesar Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Trujillo.
- Chalen, R. (2017). *Estudio para implementar capacitación tributaria de pequeños comerciantes en Guayaquil*. Tesis de Pregrado, Universidad de Guayaquil, Facultad de Ciencias Administrativas , Guayaquil-Ecuador.
- Chicas, M. (2011). *Propuesta para crear una unidad movil de capacitacion como herramienta para el fortalecimiento de la cultura tributaria en Guatemala*. Tesis de postgrado, Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de ciencias economicas, Guatemala. Recuperado el 01 de agosto de 2017, de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/03/03_3703.pdf

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Vol. Sexta edicion). Mexico, Mexico D.F., Mexico: Mc Graw Hill.
- Llanos , A., & Guachichulca, J. (2012). *Propuesta de procesos para la gestión Tributaria de los impuestos y matriculas y patentes e impuestos de 1.5 mil sobre los activos totales en el municipio de cuenca para el caso de omisos o no declarantes*. Tesis de Pregrado, Universidad Politécnica Salesiana, Contabilidad y Auditoria, Cuenca. Recuperado el 06 de Agosto de 2017, de <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2918/1/UPS-CT002476.pdf>
- Mogollón, V. (2014). *Nivel de Cultura tributaria en los comerciantes de la ciudad de Chiclayo en el periodo 2012 para mejorar la recaudación pasiva de la Región - Chiclayo, Perú*. Tesis para Titulo Profesional, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo , Contabilidad, Chiclayo.
- Mora, L. (2016). *Plan de capacitación para la gestión fiscal en la parroquia 9 de octubre a los comerciantes informales*. Tesis de Pregrado , Facultad de Ciencias Administrativas , Universidad de Guayaquil , Guayaquil-Ecuador.
- Nieves, D. (2013). *Diseño de una propuesta de plan de capacitación que contribuya al cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias*. Tesis de Postgrado, Universidad Internacional del Ecuador , Direccion General Academica , Quito- Ecuador.
- Ñaupas, H., Mejia , E., Novoa, E., & Villagomez, A. (2013). *Metodologia de la investigacion cientifica y Elaboracion de tesis* (Tercera ed.). Lima: Editorial e Imprenta San Marcos.
- Pontificia Universidad Católica del Perú . (2014). *Talleres de capacitación en gestión empresarial para comerciantes emprendedores*. Obtenido de

<http://dars.pucp.edu.pe>: <http://dars.pucp.edu.pe/proyectos/talleres-de-capacitacion-en-gestion-empresarial-para-comerciantes-emprendedores/>

- Ramírez, A. (2014). *Capacitación y Desempeño Laboral de los Empleados de la Universidad Linda Vista de la Unión Mexicana de Chiapas*. Tesis de Postgrado , Universidad de Morelos , Facultad de Ciencias Administrativas , Mexico.
- Rivera, J., & Silvera, I. (2012). *Formalización Tributaria de los Comerciantes Informales en la Zona Central del Cantón Milagro*. Tesis de Pregrado, Universidad Estatal de Milagro, Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales , Milagro.
- Robles, D. (2016). *Los Factores Determinantes de la Evasión Tributaria en las Microempresas del Sector Comercio de la Ciudad de Chimbote*. Tesis de Maestría, Universidad Nacional de Trujillo, Sección de Postgrado en Ciencias Económicas, Chimbote.
- Salas, J. (25 de Julio de 2014). *Métodos y Técnicas para la capacitación*. Obtenido de <https://prezi.com>: <https://prezi.com/co9nzcgoqr0r/4-metodos-y-tecnicas-para-la-capacitacion/>
- Tavara, R. (2014). *Propuesta de un Programa de Incentivos Tributarios para la Formalización de las Micro y Pequeñas Empresas Comerciales de los Mercados del Distrito de Piura Año 2012*. Tesis de pregrado , Universidad Nacional de Piura , Facultad de Ciencias Contables y Financieras , Piura- Perú.
- Timaná, J., & Pazo, Y. (2014). *Pagar o no pagar es el dilema: las actitudes de los profesionales hacia el pago de impuestos en Lima Metropolitana* (Primera ed.). (A. Ampuero, Ed.) Lima, Lima, Perú: Cecosami Prerensa e Impresión Digital S. A.

ANEXOS.

ENCUESTA DE INVESTIGACION DIRIGIDA A LOS COMERCIANTES INFORMALES DEL SECTOR COMERCIANTES UNIDOS – CENTRO COMERCIAL BAGUA GRANDE

I. Objetivo: Recoger información respecto a los conocimientos de gestión tributaria de los comerciantes informales del Sector Comerciantes Unidos – Centro Comercial Bagua Grande.

II. Instrucciones: Según lo que se le indique conteste objetivamente cada una de las pregunta en el siguiente orden de respuesta:

1: Nunca 2: A veces 3: Casi Siempre 4:
Siempre

III. Ítems:

DIMENSIÓN PROCESOS		Nunca	A veces	Casi Siempre
1	¿Alguna vez ha asistido a charlas dictadas por la SUNAT respecto a gestión tributaria?			
2	¿Ha recibido información referente a los regímenes tributarios?			
3	¿La información recibida hasta ahora en gestión tributaria ha sido la más adecuada para usted?			
4	¿Cree que es importante informar a la población sobre los beneficios tributarios para sus negocios?			
5	¿Cree que con buen manejo tributario su negocio va a ser más rentable?			
6	¿La rentabilidad que obtiene por la venta de sus productos satisface su iniciativa empresarial?			
7	¿Está dispuesto a participar en charlas de gestión tributaria?			

DIMENSIÓN CONTENIDO				
8	¿Ha recibido la visita de algún orientador de SUNAT en su negocio para orientarlo en conocimientos tributarios?			
9	¿Cuándo el funcionario de la SUNAT lo ha visitado se ha sentido satisfecho con la orientación y las respuestas brindadas a sus consultas?			
10	¿Usted cree que la forma de difusión empresarial que utiliza el Estado llega a todos?			
11	¿Cree usted que el gobierno tiene implementada una política de formalización comercial?			
12	¿Tiene conocimiento que existen sanciones que puede recibir por cometer infracciones tributarias?			
13	¿Ha recibido usted algún tipo de orientación en Infracciones Tributarias?			
14	¿Cree usted que las infracciones tributarias afectan a su negocio?			